



CENTRAL ASIAN JOURNAL OF ARTS AND DESIGN

Journal homepage: <https://cajad.centralasianstudies.org>



Углеродная Нейтральность В Дизайне Одежды

Ашурбаева С. А.

Старший преподаватель, кафедра дизайна одежды, Ташкентский международный университет
КИМЁ, Ташкент, Узбекистан

Аннотация

Сегодня все больше брендов становятся осознанными в вопросах экологии и стремятся к углеродной нейтральности. Некоторые из них заслуживают особого внимания. Кроме того, можно инвестировать в проекты по посадке деревьев, которые поглощают углерод из атмосферы и помогают компенсировать выбросы углерода, связанные с производством одежды.

ARTICLE INFO

Article history:

Received 10-Sep-2023

Received in revised form 15 Sep

Accepted 16-Oct-2023

Available online 11-Nov-2023

Ключевые слова:

углеродная
нейтральность,
апсайклинг, пакт о моде,
осознанное потребление,
экологичный продукт.

Примеры углеродно-нейтральных брендов:

Patagonia - это бренд, который поставил перед собой задачу стать углеродно-нейтральным брендом в ближайшее время. Patagonia использует органический хлопок, лен и коноплю в своей продукции, а также внедряет технологии, которые позволяют сократить выбросы углерода в производстве одежды.

Кроме того, бренд инвестирует в проекты, которые помогают сократить выбросы углерода, такие как проекты по посадке деревьев и проекты по повышению энергоэффективности. (R., 2023)

Everlane - это бренд, который стремится к углеродной нейтральности в производстве одежды. Они используют экологически чистые материалы, такие как органический хлопок, и сокращают выбросы углерода, используя эффективные технологии производства. Кроме того, бренд инвестирует в проекты по повышению энергоэффективности и проекты по посадке деревьев.

Levi's - это бренд, который внедряет технологии, позволяющие сократить выбросы углерода в производстве одежды. Они используют экологически чистые материалы, такие как органический хлопок, и работают над сокращением выбросов углерода в процессе деним-производства. Кроме того, Levi's инвестирует в проекты по повышению энергоэффективности и проекты по посадке деревьев.

E-mail address: editor@centralasianstudies.org

(ISSN: 2660-6844). Hosting by Central Asian Studies. All rights reserved..

Эти бренды - лишь несколько примеров углеродно-нейтральных брендов, которые стремятся к уменьшению своего негативного воздействия на окружающую среду и к устойчивому развитию. Это является примером того, что углеродная нейтральность в дизайне одежды возможна.

Шарлотта Маккарди уже давно занимается междисциплинарными исследованиями в целях противодействия сложившемуся шаблонному мнению о том, что проблема глобального изменения климата не имеет решения. Ранее она уже представляла на суд общественности непромокаемый плащ из разработанного ею пластикоподобного материала, изготовленного на основе морских водорослей, которые поглощают углекислый газ из атмосферы. Именно благодаря этой особенности, подобные проекты и имеют статус углеродно нейтральных – развитие таких инициатив стало безусловным трендом последних лет в мировой модной индустрии.



<https://art-mumu.ru/wp-content/uploads/2021/03/fashion-pact-2-750x498.jpg>

Еще в ходе саммита «**Большой семерки**» (G7), который проходил 24-26 августа 2019 года во французском Биаррице, 32 крупные компании фэшн-индустрии подписали так называемый «Пакт о моде» (англ. Fashion Pact). По поручению нынешнего президента Франции Эммануэля Макрона его подготовил исполнительный директор глобального конгломерата Kering и одновременно муж мексиканско-американской киноактрисы Сальмы Хайек — Франсуа-Анри Пино. Данный бренд уже давно выступает за принципы устойчивого развития и при помощи инновационных методик ведет измерение последствий воздействия компании на окружающую среду в денежном эквиваленте.

«**Пакт о моде**» преследует три главные цели: переход на возобновляемые источники энергии и достижение нулевого уровня выбросов парниковых газов к 2050 году, восстановление биоразнообразия путем сохранения природных экосистем и очистку

E-mail address: editor@centralasianstudies.org
(ISSN: 2660-6844). Hosting by Central Asian Studies. All rights reserved.

Мирового океана от одноразовых пластиковых отходов к 2030 году.

МУзей МУсора «МУ МУ» также стремится привлечь внимание общественности к проблеме ущерба, который наносит экологии модная индустрия и другие отрасли. Мы пока далеки от углеродной нейтральности, но имеем в своем распоряжении другие методики – прежде всего разумного потребления. Оно подразумевает среди прочего повторное использование предметов, ставших ненужными, в том числе для создания модных аксессуаров.



<https://art-mumu.ru/wp-content/uploads/2021/03/fashion-pact-8.jpg>

На пути к осознанному потреблению модные миллениалы все больше отдают предпочтение брендам, которые экологические инициативы поддерживают и берут на себя определенные обязательства. И, конечно, рынок не может не реагировать, ведь индустрию обвиняют в том, что она убивает планету. И речь не только о животных, но и о рабочих на фабриках в Камбоджи (ежегодно поставляют модной одежды на 5,7 миллиардов долларов), которые получают 50 центов в час и работают по 11 часов в сутки, и о том, что ежегодно рынок моды выбрасывает в атмосферу 1,2 миллиарда тонн парниковых газов. Текстильная промышленность — вторая в мире по загрязнению воды.

Большие корпорации и дизайнеры в ответ стараются держать руку на пульсе. (Н., 2011)

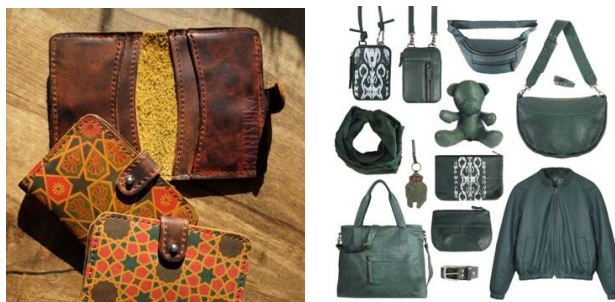
Стелла Маккартни уже много лет использует только эко кожу и искусственный мех, а в сентябре 2014 года совместно с Ливией Ферт и ее экологическим фондом Eco-Age выпустила коллекцию Green Carpet, которая была сшита из остатков тканей с прошлых коллекций, которые в Stella McCartney никогда не выбрасывают, и из переработанных материалов.

Шведский гигант **H&M** запустил специальную линейку H&M Conscious Exclusive, плюс все товары, которые производит бренд перевозят преимущественно морским путем, что способствует уменьшению выбросов углекислого газа. Ювелирно-часовой дом **Chopard** во всех своих изделиях без исключения использует «этичное» золото.

Из наших локальных брэндов Узбекистана и независимых дизайнеров :

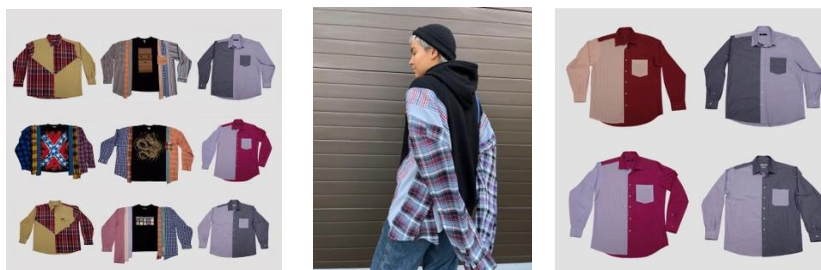
Kanishka — используется только натуральное сырьё : дизайнерские изделия одежды и аксессуаров из натуральной кожи , меха , хлопка, оставляя естественность фактуры , ее

несовершенства. Большая часть производства предполагает использование ручного труда. Тем самым исключают выбросы CO₂ в атмосферу. Производят сервисное обслуживание.



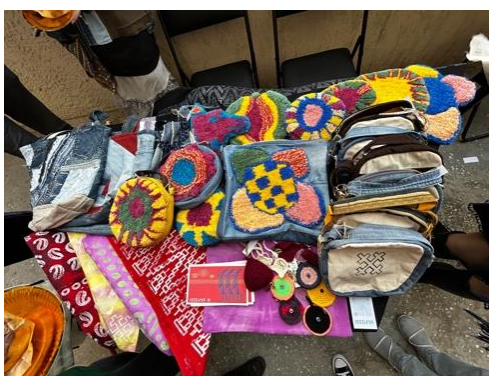
<https://www.instagram.com/p/Cx7hNvvo7Af/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

Lya Yanguraz – Инфлюэнсер сознательного и экологически дружелюбного образа жизни. Создает коллекции одежды для повседневной носки исключительно из переработанных материалов и натурального сырья. дарит вторую жизнь одежде вторичного использования меняя крой и детали на изделиях. Основатель бренда “UpcyclingUz”.



<https://www.instagram.com/p/Ck0WoNKtF90/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

Issiryk – Линия одежды и аксессуаров из переработанного натурального сырья. для производства используют только биоразлагаемые ткани.



La vitrage – мастерская по изготовлению витражных изделий для интерьера, в то время как остается много отходов после изготовления предметов интерьера, основатели и мастера бренда нашли способ организовать безотходное производство изготавливая изумительные украшения из муранского стекла и драгоценных металлов в стиле фьюзинг и тиффани.



<https://www.instagram.com/p/Cwr7vMtqq3H/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==>

Tatevik upcycling – дарит вторую жизнь осколкам посуды изготавливая из них украшения .



Ne baraholka – использует только био-разлагаемые и эко-дружелюбные материалы для производства аксессуаров и бижутерии в модной индустрии.



https://www.instagram.com/p/CyH_x5AtVLt/?igshid=MzRIODBiNWFIZA==

Yashil uyim – использует натуральное сырьё, в частности 100% хлопок для производства эко – шопперов , пропагандирует замену полиэтилену на натуральный текстиль .



Uz Tex – является ведущим, вертикально интегрированным производителем текстильной продукции в странах СНГ. Современный этап работы компании **UzTex group** - это создание и

E-mail address: editor@centralasianstudies.org
(ISSN: 2660-6844). Hosting by Central Asian Studies. All rights reserved.

реализация новой долгосрочной концепции – «Экологичный и экономичный продукт в массы». Доступ к стопроцентно натуральному сырью в Узбекистане и самое современное оборудование, а также передовые технологии производства позволяют выпускать абсолютно экологически чистую продукцию, столь необходимую и востребованную в наше время во всем мире. Компания была присоединена к международному сообществу производителей, которые используют только экологичные и безопасные материалы, соответствующие высоким европейским требованиям, отраженным в стандарте OEKO-TEX STANDARD 100. Продукция предприятий **UzTex group** имеет сертификат стандарта 1 класса.



<https://madeinuzbekistan.ru/uztexgroup>

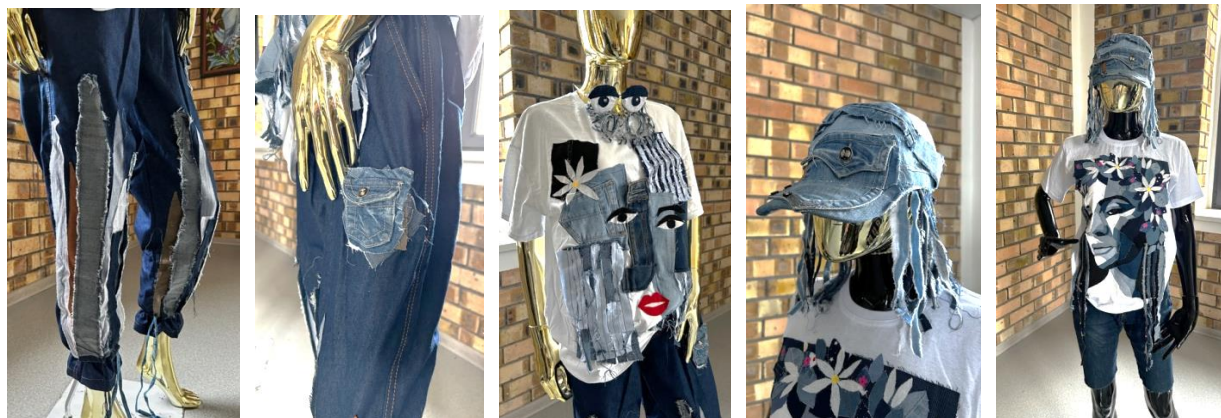
Ecojon.lab – изготовление аксессуаров из пакетов и пластика .



Теперь, вместо того чтобы просто выбросить ненужную вещь, будь то предмет мебели, игрушка или одежда, многие люди пробуют превратить ее во что-то новое. Современные апсайклинг-бренды говорят об экологии и учат осознанному потреблению через красоту и дизайн. А с приходом в нашу жизнь социальных сетей концепция вторичного использования стала модной тенденцией. (А., 2015)

Апсайклинг — создание из старых вещей новых — один из основных принципов экологически устойчивого подхода. Апсайкл-бренды используют для своих коллекций нераспроданные или бракованные вещи, обрезки ткани, одежду из секонд-хендов и многое другое, творчески перерабатывая старую вещь в новую. (D., 2013)

Таким образом студенты 3 курса кафедры «дизайн одежды» Ташкентского международного университета КИМЕ на предметах «construction» и «project of fashion design» создают коллекции из переработанных био-разлагаемых материалов вторичного использования.



(работы студентки 4 курса КИУТ Пулатовой Дурдоны)

Список литературы:

1. Teenagers are better behaved and less hedonistic nowadays. — Текст: электронный // The Economist: [сайт]. — URL: <https://www.economist.com/international/2018/01/10/teenagers-are-better-behaved-and-less-hedonistic-nowadays> (дата обращения: 12.02.2023).
2. Krikke H. Impact of closed-loop network configurations on carbon footprints: A case study in copiers // Resources, Conservation and Recycling. - 2011. Volume 55, Issue 12.
3. Kaley, R. Patagonia / R. Kaley. — Текст: электронный // [сайт]. — URL: <https://www.patagonia.com/home/> (дата обращения: 05.02.2023).
4. Jason A. From Shredding to Recycling // Entrepreneur (Irvine, California: Entrepreneur Media, Inc.). — 2015. № 43 (12) С. 52-3.
5. Stephens D. The retail revival: Reimagining business for the new age of consumerism. — John Wiley & Sons, 2013.